

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра технологии, экономики образования и сервиса

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
«30» мая 2022 г.



Технологии продаж

Программа учебной дисциплины

Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Организация туристской деятельности»

очная форма обучения

Волгоград
2022

Обсуждена на заседании кафедры технологии, экономики образования и сервиса
« 16» мая 2022г., протокол № 8

Заведующий кафедрой _____ Жадаев Ю.А. « 16»мая 2022 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института технологии, экономики и
сервиса « 17» мая 2022 г. , протокол № 9

Председатель учёного совета д.э.н., проф. Шохнех А.В. _____ « 17» мая 2022 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 30 » мая 2022 г. , протокол № 13

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Перепелицына Мария Алексеевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры
технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Программа дисциплины «Технологии продаж» соответствует требованиям ФГОС ВО по
направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (утверждён приказом Министерства
образования и науки России от 08.06.2017 № 516) и базовому учебному плану по
направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (профиль «Организация туристской
деятельности»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 30 мая 20 г.,
протокол № 13).

1. Цель освоения дисциплины

Подготовка специалистов, владеющих основными технологиями и общими закономерностями системы продаж в туристской индустрии.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Технологии продаж» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Технологии продаж» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Организация деловых мероприятий», «Реклама в туризме».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен к продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий (ПКО-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- особенности продажи туристского продукта;
- этапы продажи туристского продукта;
- стратегии продаж в туризме;
- виды и технику задавания вопросов в работе с клиентом;
- виды и структуру презентаций;
- техники коммуникаций;
- особенности продажи дополнительных услуг;
- требования, предъявляемые к менеджеру по продаже туристского продукта;

уметь

- выбирать и применять эффективные технологии продаж;
- работать с возражениями клиентов;
- создавать эффективную презентацию;
- донести информацию до клиента;
- разрешать спорные вопросы;
- управлять процессом продажи;

владеть

- методами персональных продаж;
- техникой эффективной презентации;
- навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта;
- навыками работы менеджера по продажам.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		8

Аудиторные занятия (всего)	40	40
В том числе:		
Лекции (Л)	20	20
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	68	68
Контроль	–	–
Вид промежуточной аттестации		ЗЧ
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3
		108
		3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Туристский продукт и особенности его продажи	Понятие туристского продукта. Условия продажи туристского продукта. Особенности продажи туристского продукта.
2	Этапы продажи туристского продукта	Цикл продажи туристского продукта. Эффективное начало встречи с туристом.
3	Стратегии продаж в туризме	Стратегия следования за клиентом. Стратегия заманивания. Альтернативные стратегии продаж.
4	Управление диалогом с клиентом	Виды вопросов и ответы на них. Техники задавания вопросов. Работа с возражениями. Способы управления диалогом.
5	Презентация как инструмент продажи туристского продукта	Понятие и виды презентаций. Структура презентации. Техника эффективной презентации.
6	Коммуникации с клиентом	Техники коммуникаций. Возможные проблемы взаимодействия. Агентская продажа по телефону.
7	Продажа туристского продукта	Договоры, их виды, особенности. Обсуждение договоров с клиентом. Спорные вопросы. Особенности продажи дополнительных услуг.
8	Менеджер по продаже туристского продукта	Подготовка менеджера турагентства к работе с клиентами. Функции менеджера в процессе продажи туристского продукта. Требования к менеджеру.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Туристский продукт и особенности его продажи	2	2	–	8	12
2	Этапы продажи туристского продукта	2	2	–	8	12
3	Стратегии продаж в туризме	4	4	–	12	20
4	Управление диалогом с клиентом	4	4	–	12	20
5	Презентация как инструмент продажи туристского продукта	2	2	–	8	12

6	Коммуникации с клиентом	2	2	–	6	10
7	Продажа туристского продукта	2	2	–	6	10
8	Менеджер по продаже туристского продукта	2	2	–	8	12

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-394-03566-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90239.html>.

6.2. Дополнительная литература

1. Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-4488-0273-7, 978-5-4486-0904-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83347.html>.

2. Кондратович, С. В. Психологические аспекты коммуникации в сервисной деятельности: техники и технологии : учебное пособие / С. В. Кондратович ; под редакцией С. В. Новаковского. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. — 122 с. — ISBN 978-5-7996-2324-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106772.html>.

3. Захарова, И. В. Деловые коммуникации : практикум / И. В. Захарова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 141 с. — ISBN 978-5-4497-0198-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86469.html>.

4. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие для СПО / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 86 с. — ISBN 978-5-4486-0600-7, 978-5-4488-0233-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44183.html>.

5. Коммуникации в туристском бизнесе : учебное пособие / составители Л. А. Васильева [и др.]. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 79 с. — ISBN 978-5-4486-0387-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/76814.html>.

6. Прончева, О. К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О. К. Прончева. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/18262.html>.

7. Корнеевец, В. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : практикум / В. С. Корнеевец, Л. В. Семенова, И. И. Драгилева. — Калининград : Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2011. — 74 с. — ISBN 978-5-9971-0178-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/7354.html>.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.
2. Журнал "Турбизнес" – URL: <http://www.tourbus.ru>.
3. Сайт РМАТ – URL: <http://rmat.ru/statistica>.
4. Официальный сайт Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://vspu.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Комплект офисного программного обеспечения.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Технологии продаж» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
2. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Технологии продаж» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а

40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Технологии продаж» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.